

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal jika dilihat dari rumusan masalah yang sudah ditetapkan. Menurut Sugiono Rumusan masalah asosiatif yaitu rumusan masalah yang sifatnya menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sementara hubungan kausal yaitu hubungan sebab-akibat antara variabel yang mempengaruhi (*Independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*Dependent*)¹.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, yang dipergunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan datanya dengan menggunakan instrumen penelitian. Analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik bertujuan guna menguji hipotesis. Metode kuantitatif dikenal sebagai metode ilmiah sebab mengandung prinsip-prinsip ilmiah seperti konkrit, objektif, empiris, rasional, terukur dan sistematis atau teratur. Metode ini dinamakan metode kuantitatif sebab data penelitiannya mengandung angka-angka yang dianalisis dengan statistik².

B. Setting Penelitian

Setting penelitian yaitu tempat atau lingkungan yang telah direncanakan peneliti untuk dapat digunakan sebagai objek dari penelitian. Penelitian dilaksanakan di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Welahan yang berada di Jl. Cemara No. 84 RT. 05 Rw. 04 Gedanganbrang Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Penelitian ini dimulai sejak tanggal 27 Maret sampai 14 April 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang berupa objek atau subjek dengan sifat dan ciri-ciri tertentu yang dipilih peneliti

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013).

² Sandu Siyoto and M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi media Publishing, 2015).

guna dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya tentang orang, tapi juga dapat berupa benda dan benda alam lainnya. Untuk penelitian ini populasinya yaitu seluruh anggota KSPPS BMT BUS Cabang Welahan yang sesuai dengan kriteria penelitian yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel yaitu sebagian dari seluruh objek yang diteliti dari keseluruhan objek serta dianggap dapat mewakili populasi. Apa yang diteliti dari sampel nantinya akan diambil kesimpulan yang akan diberlakukan untuk populasi. Kemudian teknik *sampling* yang dipergunakan yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kriteria penelitian³. Kriteria yang digunakan yaitu anggota BMT BUS Welahan yang mempunyai riwayat minimal 2 kali transaksi dalam selang waktu 6 bulan terakhir (Oktober 2022 – Maret 2023) dengan masa keanggotaan lebih dari 2 tahun di BMT BUS Welahan. Pada penelitian ini karena jumlah populasi tidak diketahui maka, untuk pengambilan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

Z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal estimasi = 0,05

d : alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Dari rumus tersebut, maka perhitungan besarnya jumlah sampel yaitu :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,05(1-0,05)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8146 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dihasilkan sampel sebanyak 96,04 yang kemudian digenapkan menjadi 100.

³ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 76-78.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel *independent* yaitu jenis variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah *service quality* (X1), *relationship marketing* (X2), dan *corporate image* (X3).

Variabel *dependent* adalah jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel *independent*. Pada penelitian ini variabel *dependent* yaitu loyalitas anggota (Y).

Variabel *intervening* yaitu jenis variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel *independent* (X) dengan variabel *dependent* (Y), sehingga variabel *independent* tidak langsung mempengaruhi variabel *dependent*. Variabel Intervening dalam penelitian ini yaitu kepuasan anggota (Z)⁴.

Tabel 3.1
Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Indikator Penelitian	Skala
<i>Service Quality</i> (X1)	Menurut ahli ekonomi Philip Kotler yang dikutip Dewi Pertiwi, <i>service quality</i> yakni suatu hasil yang harus dicapai dan dilaksanakan dengan tindakan, dimana tindakan itu tidak berwujud serta mudah hilang tetapi bisa dirasakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliable</i> 3. <i>Responsivness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Emphaty</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan fisik seperti fasilitas. 2. Cepat, teliti dan akurat. 3. Kesiediaan membantu. 4. Keamanan. 5. Mendengar masukan dan keluhan. 	Skala Likert 1-5

⁴ Megasari Gusandra Saragih et al., *Metode Penelitian Kuantitatif: Dasar-Dasar Memulai Penelitian* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2021), 45-47.

	dan diingat.			
<i>Relationship Marketing</i> (X2)	Leonard L Berry dalam Bukhari Alma menyatakan definisi dari <i>relationship marketing</i> adalah upaya-upaya untuk menarik pelanggan serta meningkatkan hubungan dengan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Trust</i> 2. <i>Commitment</i> 3. <i>Communication</i> 4. <i>Conflict Handling</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertindak jujur 2. Keseriusan dalam bekerja. 3. Penggunaan Bahasa serta kata-kata yang sopan dan mudah dipahami. 4. Adanya solusi jika terdapat permasalahan. 	Skala <i>Like rt</i> 1-5
<i>Corporate Image</i> (X3)	PR Smith dalam Mohammad Hamim Sultoni mengungkapkan <i>corporate image</i> adalah konsep yang mencakup segala sesuatu mulai dari kesan visual logo perusahaan, hingga persepsi dan pengalaman produk dan layanan,	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personality</i> 2. <i>Reputation</i> 3. <i>Value</i> 4. <i>Corporate Identity</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dapat bertanggung jawab. 2. Reputasi perusahaan 3. Budaya kerja. 4. Atribut perusahaan 	Skala <i>Like rt</i> 1-5

	hingga bagaimana perusahaan berperilaku secara umum.			
Loyalitas Anggota (Y)	Menurut Sofjan Assauri loyalitas pelanggan adalah kecenderungan dari pelanggan untuk memilih produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan di atas alternatif tawaran produk atau jasa dari perusahaan pesaing.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat Purchase</i> (Pembelian Ulang) 2. <i>Retention</i> (Ketahanan) 3. <i>Referalls</i> (Referensi) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian kembali produk yang sama hingga masa mendatang. 2. Tidak terpengaruh oleh perusahaan pesaing. 3. Kesiapan merekomendasikan dan menginformasikan kepada orang lain. 	Skala <i>Like rt</i> 1-5
Kepuasan Anggota (Z)	Menurut Kotler dalam Tony Sijintak, dkk. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang dari seorang pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan terhadap produk. 2. Pelayanan keseluruhan memuaskan. 3. Perasaan senang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan terhadap produk yang digunakan. 2. Layanan yang diberikan telah sesuai harapan. 3. Perasaan senang 	Skala <i>Like rt</i> 1-5

	<p>yang merupakan hasil perbandingan antara kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya. Perasaan puas tidak akan muncul jika pelanggan memiliki persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi.</p>		<p>setelah bertransaksi dan mendapatkan pelayanan.</p>	
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------	--

E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah kemampuan alat ukur dalam mengukur objek pengukuran. Uji ini dalam sebuah penelitian dilakukan agar dapat melihat kelayakan dari butir-butir pada suatu *list* pertanyaan dalam suatu variabel⁵. Pada hakikatnya uji ini mengukur apakah suatu pernyataan atau pertanyaan yang dipergunakan dalam suatu penelitian itu *valid* atau *invalid*. Kriteria dari uji validitas :

- a. Bila r hitung $>$ r tabel, instrumen penelitian *valid*.
- b. Bila r hitung $<$ r tabel, instrumen penelitian tidak valid atau *invalid*.

2. Uji Realibilitas

Menurut Budi Darma uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang didapat dari suatu kuesioner atau angket dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Untuk bisa mengetahui apakah data reliabel atau tidak dapat melihat dari

⁵ Imam Ghozali, *Model Persamaan Struktural: Konsep Dan Aplikasi Dengan Program Amos 22.0 Update Bayesian SEM*, 6th ed. (Semarang: UNDIP Press, 2014).

nilai *cronbach's alpha* dengan tingkat signifikansi 0,60. Adapun ukuran uji realibilitas yaitu :

- a. Apabila *cronbach's alpha* > tingkat signifikansi maka data reliabel.
- b. Apabila *cronbach's alpha* < tingkat signifikansi maka data tidak reliabel⁶.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan jenis data primer, yaitu sumber data yang didapatkan langsung dari sumber aslinya atau tidak melewati media perantara. Data primer digunakan untuk mencari jawaban dari penelitian. Kuesioner akan dipergunakan sebagai data primer dalam penelitian ini. Kuesioner yakni suatu teknik mengumpulkan data dengan memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Tidak hanya dapat diberikan langsung kepada responden kuesioner dapat juga dikirimkan melalui kantor pos atau melalui internet⁷.

Pada penelitian ini kuesioner akan berisi pertanyaan tentang *service quality*, *relationship marketing*, *corporate image*, kepuasan dan loyalitas anggota yang akan diberikan secara langsung kepada anggota di BMT BUS cabang Welahan. Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup sebab peneliti sudah menyiapkan pilihan jawaban sehingga responden dapat langsung memilih sesuai dengan kondisi yang dialami.

Pengukuran mempergunakan skala likert (*likert scale*). *Likert scale* merupakan suatu metode yang mengukur sikap dengan menyatakan setuju atau tidak terhadap suatu objek, subjek atau fenomena tertentu. Metodene ini dikembangkan oleh Rensis Likert sehingga skala ini dinamai *likert scale*. *Summated ratings method* merupakan nama lain dari skala ini⁸. Dalam skala *likert* menggunakan lima angka penilaian yaitu :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)

⁶ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Realibilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F, R Kuadrat)* (Jakarta: Guepedia, 2021), 17.

⁷ Teddy Chandra and Priyono, *Statistika Deskriptif* (Malang, 2022), CV Literasi Nusantara Abadi, 48.

⁸ Nur Indriantoro and Bambang Supomo, *Metode Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: BPFE, 2002), 104.

5 = Sangat Setuju (SS)

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk mengetahui sebaran data dalam suatu variabel yang digunakan untuk penelitian normal atau tidak. Data yang normal merupakan karakteristik data yang cocok untuk penelitian. *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* bagian *asymptotic* dapat digunakan untuk melihat data tersebut normal atau tidak. Untuk kriteria dari uji normalitas yakni :

- 1) Bila $sig > 0,05$ data berdistribusi normal.
- 2) Bila $sig < 0,05$ data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada variabel bebas dalam model yang menunjukkan kesamaan antar variabel bebas. Adanya kesamaan antar variabel bebas akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Uji ini bisa dilihat dari hasil nilai *Tolerance* dan *VIF* di bagian *Coefficients*. Untuk kriteria dari uji multikolinieritas yaitu nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 maka bisa dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen⁹.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance* residual periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara yang digunakan yaitu dengan melihat pada uji *glejser* pada bagian signifikansi. jika $sig. > 0,050$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas¹⁰.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda yaitu jenis regresi yang memiliki satu variabel bebas dan lebih dari satu variabel terikat. Regresi ini digunakan untuk melihat pengaruh atau hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas terhadap suatu variabel terikat. Pada penelitian ini memiliki 2 persamaan regresi linear berganda yaitu :

⁹ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press, 2015), 185.

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press, 2015), 149-150.

$$Y1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e1$$

Keterangan :

Y1 : Kepuasan Anggota

a : Konstan Koefisien

X1 : *Service Quality*

X2 : *Relationship Marketing*

X3 : *Corporate Image*

b1 : Koefisien SQ

b2 : Koefisien RM

b3 : Koefisien CI

e1 : *Standart error*

$$Y2 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e2$$

Keterangan :

Y2 : Loyalitas Anggota

a : Konstan Koefisien

X1 : *Service Quality*

X2 : *Relationship Marketing*

X3 : *Corporate Image*

X4 : Kepuasan Anggota Simpanan

b1 : Koefisien SQ

b2 : Koefisien RM

b3 : Koefisien CI

b4 : Koefisien Kepuasan

e2 : *Standart error*

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada hakikatnya mengkaji sejauh mana model bisa menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Nilai yang semakin dekat angka satu berarti hubungan semakin erat, namun bila mendekati angka nol maka hubungan lemah. Koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel regresi di bagian *Adjusted R²* pada hasil uji regresi¹¹.

b. Uji Kelayakan Model (Uji F_{test})

Uji F dimanfaatkan untuk melihat pengaruh secara simultan atau serempak antara variabel bebas terhadap variabel terikat. *ANNOVA* yakni hasil uji koefisien regresi secara serempak yang dipergunakan melihat apakah

¹¹ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 100.

pengaruh X tersebut mempunyai makna yang signifikan terhadap Y. Pengambilan keputusan yaitu bila $sig. > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh seluruh variabel X terhadap variabel Y. Bila $sig. < 0,05$ terdapat pengaruh antara seluruh variabel X terhadap variabel Y.

c. Uji T_{test}

Guna mengetahui pengaruh variabel *independent* secara individual ke variabel *dependent* disebut uji t. Dapat diketahui pada nilai $sig.$ dalam tabel *coefficient* hasil uji regresi. Kriteria dari uji t dapat dilihat bila nilai $sig < 0,05$ maka variabel bebas secara individual mempengaruhi secara signifikan variabel terikatnya, sebaliknya apabila nilai $sig > 0,05$ maka variabel bebas secara individual tidak bisa mempengaruhi variabel terikatnya¹².

d. Uji Jalur (*Path Analysis*)

Path analysis atau analisis jalur dikembangkan oleh Sewall Wright. Tujuan dari uji jalur yaitu guna menerangkan akibat langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*). Apabila nilai *indirect effect* lebih besar dari nilai *direct effect* maka variabel intervening dapat memediasi secara tidak langsung pengaruh antara variabel *independent* terhadap *dependen*¹³. Kemudian uji sobel digunakan juga dalam uji jalur yang berfungsi untuk mengetahui tingkat signifikansi pada pengaruh variabel *intervening* atau variabel yang memediasi antara variabel independent dan variabel dependen. Bisa dikatakan signifikan apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

$$Sab = \sqrt{b^2 \cdot sa^2 + a^2 \cdot sb^2 + sb^2 \cdot sa^2}$$

Keterangan :

a = Coefficient X ke Z

b = Coefficient Z ke Y

sa = Std. Error X ke Z

sb = Std. Error Z ke Y

¹² Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), 160-161.

¹³ Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, and Ating Somantri, *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), 235.

Selanjutnya hasil dari *Sab* tersebut dijadikan pembagi antara perkalian pengaruh langsung X ke Z dengan Z ke Y, yaitu :

$$t = \frac{a.b}{sab}$$

Apabila t hitung $>$ t tabel maka, artinya signifikan dan mempunyai arti variabel mediasi dapat memediasi antara variabel independent dengan dependen¹⁴.



¹⁴ Nurmin Arianto and Yulia Krismania Nirwana, “Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium* 7, no. 2 (2021): 187–88.